

くまもと・パッション  
 つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
 ～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～

チーム名・代表者氏名	くまもと・パッション 加藤 久貴
発表テーマ (50字以内)	つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ ～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～
提案概要を400字以内でまとめて記述してください。	
<p>生活基盤の多様化や核家族化、高齢化社会の到来等により、地域コミュニティ機能が衰退してきている。そのため、隣近所の顔が見えない不安感、高齢者の孤立化など、様々な問題を生んでいる。行政や自治会主導の地域交流活動が図られるも、住民の時間的・地理的制約等により、十分に機能しているとはいえない。</p> <p>そこで、地域住民が『いつでも 気軽に 気が向いたとき』に参加できる「グラフィティー（落書き）ボード」を考案し、これを住民に利用してもらうことで、人と人を結びつけるきっかけをつくり、心あたたまる熊本市を実現するための基盤にしたいと考える。</p> <p>この仕組みを活用することで、地域住民が他者と繋がる機会を得ることができ、最終的にはこの地域版ラインによって築かれた新時代の地域コミュニティへ参加することが個人の共同体意識（他者信頼・他者貢献・自己受容）を充足し、熊本市民における「幸福度」の向上が期待されると考える。</p>	

## 1 この提言で解決しようとしている問題・課題とその背景および、提言の目的

### (1) 日本人の“豊かさ”について

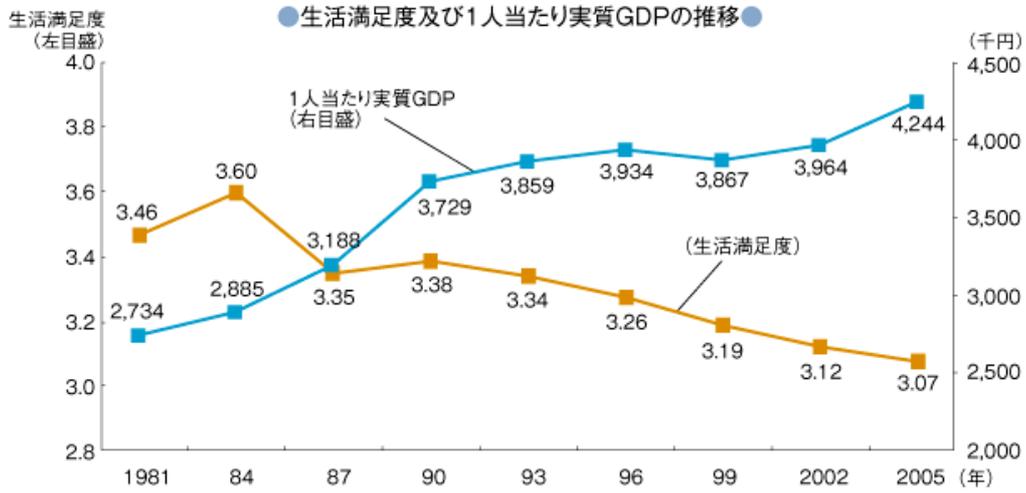
「誰しものが幸福で豊かな生活を送りたい。」これは言うまでもなく人類共通の想いである。豊かさは、「物質的豊かさ」、「精神的豊かさ」に大別されるが、日本人は戦後高度成長に伴い、経済的に満たされ、「物質的豊かさ」を手に入れた。経済成長の停滞が叫ばれる現代日本においても、GDP（国内総生産）は未だ世界第3位に位置し、国際的には十分豊かな国と言える。

一方で、核家族世帯の増加や高齢化社会の到来等により、地域コミュニティ機能は衰退し、高齢者の孤独死や隣近所の顔が見えない、地域との交流がない等、社会や生活する地域に安心感が持てず、「精神的豊かさ」を失いつつあるのではないだろうか。

ここで注目したいのは、平成20年度版国民生活白書による報告である（図1）。これによると実質GDPの成長は、生活満足度の向上に直接的につながるものではないことが分かる。つまり、「物質的豊かさ」を享受した日本人も、「精神的豊かさ」を享受できていないため、包括的な豊かさを示す「幸福度」が下降傾向にある。このため、GDPが世界第3位の日本も、OECD調査による幸福度指数は34か国中19位となっている（図2）。

くまもと・パッション  
 つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
 ～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～

図 1



- (備考)
1. 内閣府「国民生活選好度調査」、「国民経済計算確報」(1993年以前は平成14年確報、1996年以後は平成18年確報)、総務省「人口推計」により作成。
  2. 「生活満足度」は「あなたは生活全般に満足していますか。それとも不満ですか。(○は一つ)」と尋ね、「満足している」から「不満である」までの5段階の回答に、「満足している」=5から「不満である」=1までの得点を与え、各項目ごとに回答者数で加重した平均得点を求め、満足度を指標化したもの。
  3. 回答者は、全国の15歳以上75歳未満の男女(「わからない」、「無回答」を除く)。

図 2

くまもと・パッション  
つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～

GDP	1人あたりGDP	人間開発指数	幸福度指数(OECD,注1)	主観的幸福度(注2)
1位 アメリカ	1位 ルクセンブルク	1位 ノルウェー	1位 オーストラリア	1位 デンマーク
2位 中国	2位 カタール	2位 オーストラリア	2位 カナダ	2位 ブエルトリコ
3位 日本	3位 ノルウェー	3位 オランダ	3位 スウェーデン	3位 コロンビア
4位 ドイツ	4位 スイス	3位 アメリカ	4位 ニュージーランド	4位 アイスランド
5位 フランス	5位 アラブ首長国連邦	5位 ニュージーランド	5位 ノルウェー	5位 北アイルランド
6位 ブラジル	6位 オーストラリア	5位 カナダ	6位 デンマーク	6位 アイルランド
7位 イギリス	7位 デンマーク	5位 アイルランド	7位 アメリカ	7位 スイス
8位 イタリア	8位 スウェーデン	8位 北アイルランド	8位 スイス	8位 オランダ
9位 ロシア	9位 カナダ	8位 ドイツ	9位 フィンランド	9位 カナダ
10位 カナダ	10位 オランダ	10位 スウェーデン	10位 オランダ	10位 オーストリア
15位 韓国	13位 シンガポール	12位 日本	13位 イギリス	14位 スウェーデン
16位 インドネシア	14位 アメリカ	13位 香港	16位 ドイツ	16位 アメリカ
26位 台湾	18位 日本	15位 韓国	18位 フランス	22位 オーストラリア
	19位 フランス	26位 シンガポール	19位 日本	43位 日本
	20位 ドイツ	66位 ロシア	24位 イタリア	54位 中国
	35位 韓国	101位 中国	26位 韓国	89位 ロシア
	89位 中国	124位 インドネシア		
対象 183国・地域	対象 183国・地域	対象 187か国・地域	対象 OECD34か国	対象 97社会

(注1) 11要素のウェイトが全て等しいとした時の例示。  
(注2) Diener, Kahneman, and Helliwell (2010) 362-364 ページ。

(参照) 幸福度等の国別世界順位について：各種指標の特徴と問題点 岡部光明

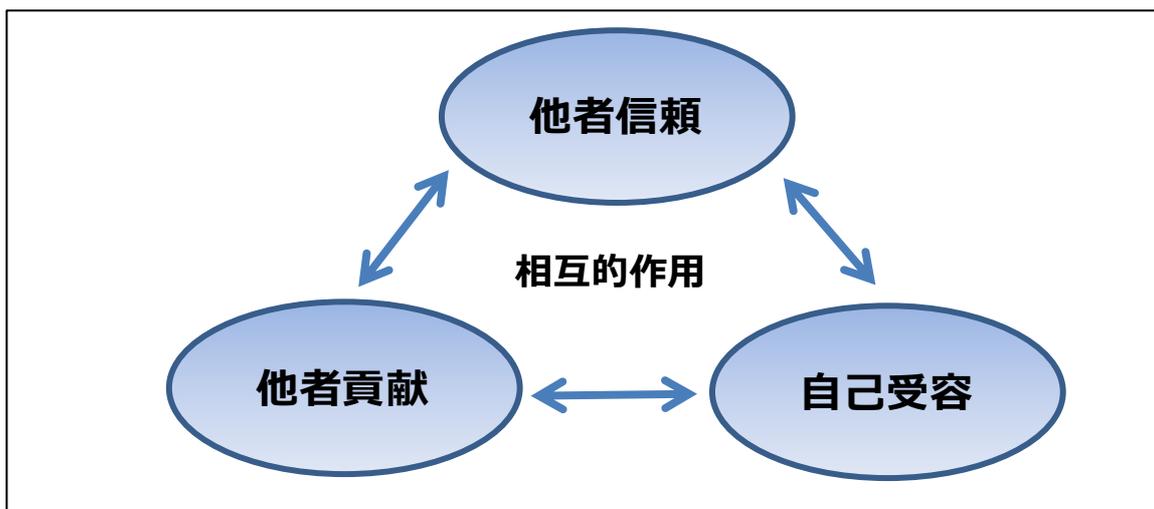
## (2) 問題に対するアプローチ

ここで、心理学者のアルフレッド・アドラーは、幸福になる唯一の方法として「共同体の中で自分の存在価値を感じ続けること」とし、「他者信頼」、「他者貢献」、「自己受容」の各要素が相互的に作用していると唱えている。

「物質的豊かさ」を手に入れる前の日本人は、社会生活に組み込まざるを得なかった地域コミュニティによる様々な地域住民との関わりの中から、これらを補完し精神的豊かさを充足させてきた。しかし、現代日本人は、地域コミュニティとの係わり合いの減少から、アドラーの唱える「共同体の中で自分の存在価値を感じ続ける」機会が減少しているのではないだろうか。

もちろん、現代日本人も勤務先や学校等によるコミュニティ、共通の趣味等によるコミュニティなど、様々な社会生活を通して共同体との関わりはあるものの、生活基盤に密着した共同体意識が持てず、「精神的豊かさ」の低下により、包括的な指標である「幸福度」が満たされないものとなっている。平成19年度版国民生活白書（内閣府）においても、信頼が高い社会やソーシャル・キャピタルが存在する社会ではそうでない社会より幸福度が高いという結果が得られている、と言及している。

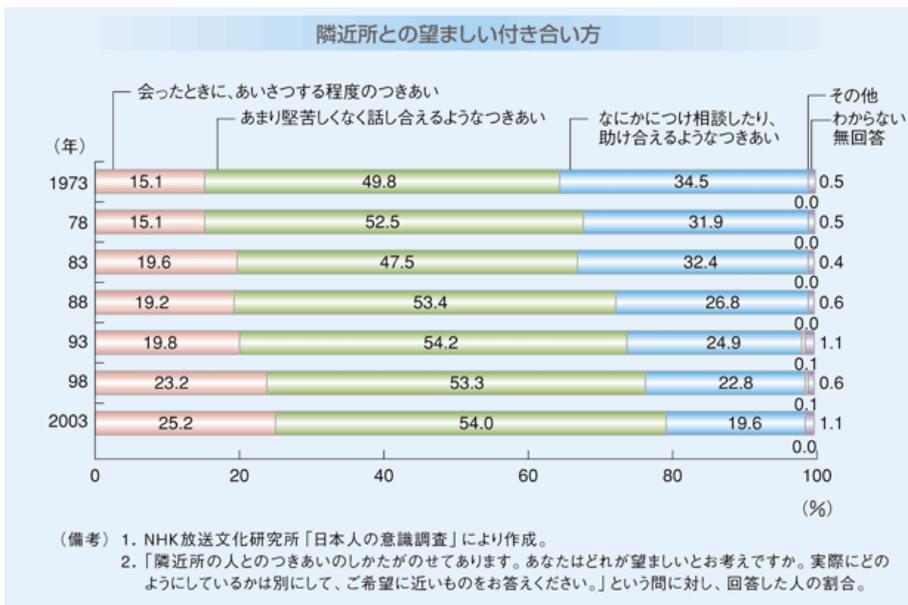
幸福度を得るイメージ



しかし、時代に伴う日本人の意識の変化から次のような結果も得られている（図3）。平成19年度版国民生活白書によると、地域コミュニティとの付き合い方について、深い付き合い方から、あいさつ程度のつきあいや、堅苦しくなく話し合えるような「浅い」付き合いを求める傾向へとシフトしているのである。

図3

くまもと・パッション  
つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
～ストリート・グラフィティが生み出す地域の絆～



平成 23 年 4 月、内閣府は「社会意識に関する世論調査」（調査時期：平成 23 年 1 月 20 日～2 月 6 日）を発表。それによると、「日ごろ、社会の一員として、何か社会のために役立ちたいと思っているか、それとも、あまりそのようなことは考えていないか」聞いたところ、「思っている」と答えた人の割合が 66.0%、「あまり考えていない」と答えた人の割合が 31.8%となっている。

年齢別にみると、「思っている」と答えた人の割合は 40 歳代から 60 歳代で高く、「あまり考えていない」と答えた人の割合は 20 歳代、70 歳以上で高くなっている。また日ごろ、社会の一員として、何か社会のために役立ちたいと「思っている」と答えた人に、「役立ちたいと思っているのはどのようなことか」聞いたところ、「社会福祉に関する活動」をあげた人の割合が 37.9%と最も高く、以下、「自然・環境保護に関する活動」（35.7%）、「町内会などの地域活動」（35.6%）などの順になっている。

平成 26 年度「熊本市第 6 次総合計画」市民アンケート調査報告書では、過去 1 年間に地域活動に参加したかの問いに、「参加したことがある」が 43.4%、「参加したことがない」が 50.8%となっている。前回調査と比較すると、「参加したことがある」は 47.7%から 4.3 ポイント減少している。一方、「参加したことがない」は 48.1%から 2.7 ポイント増加している。

また、あなたは、過去 1 年間に高齢者や障がいのある人などを支援する地域福祉活動に参加しましたかの問いに「参加したことがある」は 13.7%。「参加したことがないが、今後は参加してみたい」は 49.0%、「参加したことがないし、今後も参加するつもりはない」は 35.6%となっている。

このように地域活動に参加したことはないが、社会のために役に立ちたいと思っている人は意外に多く、「つながり」を持ちたいという傾向が見受けられる。

### （3）提言の目的について

以上のことを踏まえ、誰にでも相互情報発信が可能な、新たなコミュニケーションツールを市民や熊本市を訪れる方へ利用してもらうことで、人と人との「つながり」が戻る、地域の情報を発信することで地域と人とを結びつけるきっかけをつくることで、住みよくなるあたたまる街としての政令指定都市熊本を実現するための基盤づくりを目的とする。

## 2 提言の具体的内容

私たちくまもと・パッションが目指すものは、“あたたかい街、くまもと”である。その実現のために考案したものが公開型地域版ライン「グラフィティボード」である。グラフィティボードとはひごまるくんの形をした、可動式の大型タブレットである。タブレットの中にある掲示板に、市民の皆様のちょっとしたお願い、それに応えられる方からの返信や、普段の生活で感じたささやかな感謝の気持ちなどを投稿していただく仕組みである。

そして商店街や市役所、MICE 施設などの多くの人目に留まる場所に大型のモニターを設置し、そのモニターに書き込んでいただいた心あたたまるような出来事ややりとり、こちらまで嬉しくなるような情報を放映することで、それを見た人々は、「くまもにとってあたたかい街だなあ」と実感できる。

また、直接自分たちが書き込んだ内容が放映されることで、「私も何か書いてみよう」「これだったら放映されるかな」という思いを起こさせ、利用者の増加につながる。タブレット端末の操作に慣れていない小さい子どもや、高齢者の方にも気軽に利用していただけるよう、はがきで送っていただくことや、メールや FAX でも受け付けることで、世代を問わない利用が可能となる。担当課窓口へ持参していただいたの受け付けや設置してある用紙に直接記入していただくことも可能である。

スマートフォンや自宅 PC 等からのインターネット環境を利用して投稿ができるようにし、自宅からあまり出ない方や、人の多いところに行くことがないような方にも参加していただくことが可能である。タブレットは可動式のため、各種学校や老健施設、商店街など様々な場所を巡ることで、多くの人に利用してもらえる。

デザインは熊本市のマスコットキャラクター「ひごまるくん」に内蔵した形をとっており、親しみやすく、また熊本市の PR にも一役買ってくれるよう考案した。

また、「あたたかメーター」を常時表示し、投稿の数に応じてハートの形が変化する、という機能を持たせ、目に見える形で“あたたかい街”をより実感していただくことが可能となる。書き込む内容は、なんでもよいというわけではなく、“あたたかい街”という趣旨に沿ったものとして、「ちょっとお願い・教えて」「感謝・メッセージ」コンテンツと、「季節ごとのイベント」のコンテンツの3つに絞り、書き込みたい内容に合った掲示板に書き込む仕組みとする。コンテンツを3つに絞ることで、利用者にやさしい構成になると考え

くまもと・パッション  
つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～

る。

タブレット画面イメージ図



タブレットや手紙、メールや FAX で受け付けた投稿は、担当課で一旦吸い上げ、内容を判断して掲示する、という方法をとる。モニターで放映するものは掲示板に出されたものの中から、さらに選んで放映する、ということになる。ネット環境以外の方法で投稿した方に対するレスポンスが必要な際は運営側から何らかの形でお伝えする、という形をとる。“あたたかい街”という主旨に反するため、誹謗中傷や批判的なもの、ネガティブな内容の投稿があった場合は掲載しない。

イベントコンテンツでは、クリスマスやバレンタイン、敬老の日や体育の日などなど、様々な季節のものがあるので、その時期、季節に応じたコンテンツを設けることで、「グラフィティーボード」の魅力向上に貢献する。

我々が考案するグラフィティーボードは、地域間交流のひとつのツールとなるものである。地域の失われた絆を取り戻し“あたたかい街、くまもと”の実現を担うものとする。

◎全体のイメージ

くまもと・パッション  
 つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
 ～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～



### 3 期待される効果

我々の提唱する地域版ライン「グラフィティーボード」によって期待される効果は新時代の地域コミュニティへの参加者が共同体感覚を実感することで、他者貢献・自己授与・他者信頼にいたり自身の幸福を実感することで熊本市民における「幸福度」の向上が期待されると考える。

人が「幸福」だと感じる尺度は何なのか？それは、金銭や物、己が欲するものが手に入ることか？それとも家族や友人と過ごす時間なのか。これを計る尺度は人それぞれで色々なものがあると考え。しかしながら、少なくとも日本という社会の中で生活する私達とし

ては、社会の中で孤立し誰からも存在を認めてもらえないとしたら、多くのものを持っていたとしても本当の意味で「幸福」であるとは言えないのではないかと考える。

人は多かれ少なかれ人とのかかわり合いの中で生きている。戦後間もない頃までの日本は地域社会の結びつきが現在よりも強く、濃厚な関係性を有する地域コミュニティが形成されていたと言われている。このようなコミュニティにおける人と人との関係性は、他人よりも多く生産し他人よりも多く消費することを追及することが「豊かさ」であり「幸福」だとする大量消費社会に根ざしているような風潮が進む中であっては、鬱陶しく感じられるものであったのかもしれない。故に、人は個別化し当時よりも閉鎖的な生活形態を求めてきたと考える。

このように個別化が進んできた現在においても、人は本質的には人との繋がりを求めていると考える。しかし、残念なことに多くの方が本当は繋がりを欲しているものの、深入りはしたくないと考えているのも事実である。ネット社会が生み出した SNS は適度な距離感を保つことが可能であり、現代人が望む「繋がり」を限定的なグループ内で実現しているコミュニティツールであると言える。

地域版ラインは、このような適度な距離感を有した地域コミュニティへの参加を地域住民すべてに促すものである。現存の SNS に参加できていない人にも参加の場を提供し、自分も地域社会に参加し繋がっているという「共同体意識」の獲得に寄与するものである。最初は単なる書込みとレスポンスだけで適度な距離を保ちつつも自分も地域の一員だと感じることで満足できるかもしれない、しかし、書込む際に見た「地域活動の案内」や「サントさんへのお願い」に答えてみたくなるきっかけになるかもしれない。

さらに、得られた「地域の繋がり」や「感謝」をボード上はもちろん市内各所において「目に見える形」にすることで、「地域の頑張り」や「あたたかみ」を表出し、見た人に地域の「あたたかさ」を感じてもらうことができる。

このような、情報発信と応答を繰り返すことによって、地域住民は自己の居住する地域の「あたたかみ」を自身の「目」で感じとり、「自らもやらなければ」と地域活動へ参加してくれることが期待される。具体的には「地域福祉活動に関わりをもつ市民の割合」が向上するとともに地域の小中学校や保育幼稚園に対する学校支援ボランティア数の増加を見込んでいる。

最終的には、地域版ラインによって築かれた新時代の地域コミュニティへの参加者が共同体感覚を実感することで、他者貢献・自己授与・他者信頼にいたり自身の幸福を実感することで熊本市民における「幸福度」の向上が期待されると考える。

モニターに表示された繋がりを表すイメージ

くまもと・パッション  
つぶやいてつなげよう熊本の輪（話）カ  
～ストリート・グラフィティーが生み出す地域の絆～

